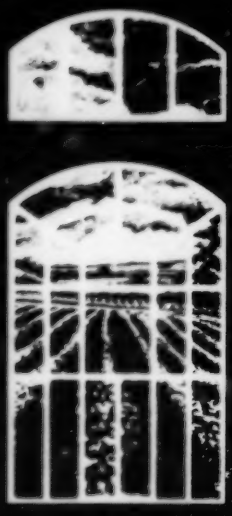


RAPPORT D'ACTIVITÉS 1989-1990

Société des alcools du Québec

90-07283/

Montréal, le 25 mai 1990

Monsieur
Jean-Pierre Saintonge
Président
Assemblée nationale
Hôtel du Parlement
Québec

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel 1989-1990 de la Société des alcools du Québec, pour l'exercice financier qui prenait fin le 31 mars 1990.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie du Québec

Gérald Tremblay

Montréal, le 25 mai 1990

Monsieur
Gérald Tremblay
Ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie du Québec

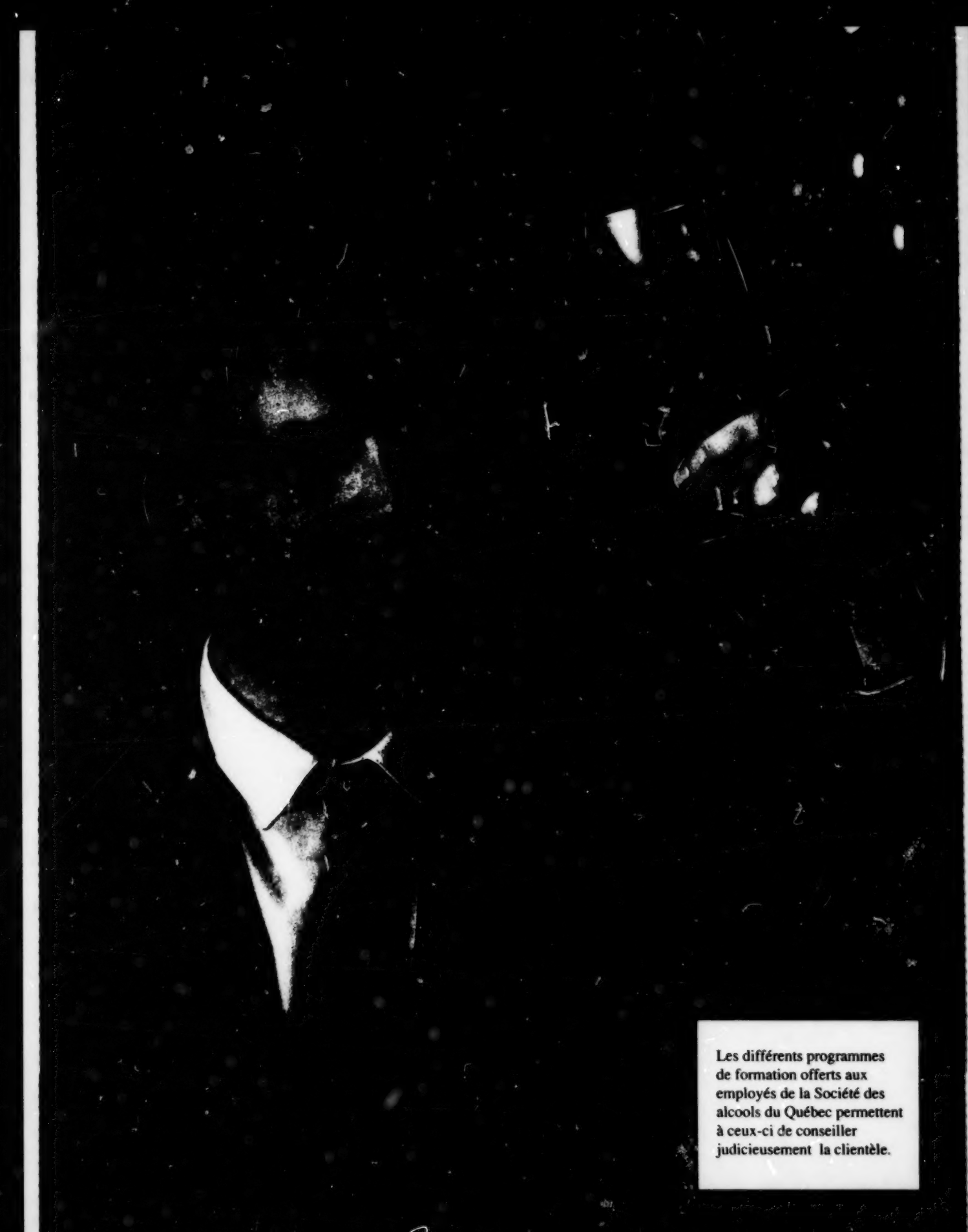
Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel 1989-1990 de la Société des alcools du Québec, dans lequel nous présentons la situation financière ainsi qu'un résumé des activités de l'entreprise, pour l'exercice financier qui prenait fin le 31 mars 1990.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de ma considération distinguée.

Le président-directeur général de la Société des alcools du Québec

Jocelyn Tremblay



Les différents programmes de formation offerts aux employés de la Société des alcools du Québec permettent à ceux-ci de conseiller judicieusement la clientèle.

Relevant du ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, la Société des alcools du Québec est une société d'État qui a pour fonction de faire le commerce des boissons alcooliques sur le territoire du Québec.

Le ministre des Finances du gouvernement du Québec est l'unique actionnaire de la Société des alcools du Québec.

En conformité avec le mandat qu'elle a reçu, la Société des alcools du Québec s'est donnée une mission à quatre volets : commercial, fiscal, économique et social. Le rôle commercial de l'entreprise permet d'offrir à la clientèle québécoise une gamme très large de produits, de qualité contrôlée, à des prix uniformes à travers tous ses points de ventes.

Sur le plan fiscal, la Société des alcools du Québec permet, de façon indirecte, d'alléger le fardeau des contribuables québécois par les droits, les taxes et le dividende remis aux gouvernements.

Le rôle économique de l'entreprise se situe au plan de ses activités de mise en bouteilles ainsi que par les achats de matériel, de fournitures et de services effectués au Québec. Les activités de l'entreprise permettent ainsi de créer de l'emploi en plus d'engendrer de nombreuses retombées économiques.

Enfin, la mission sociale de la Société des alcools du Québec se reflète par son engagement à assurer un contrôle rigoureux de la qualité des produits, tout en sensibilisant les Québécois à une consommation réfléchie des produits alcooliques.

Une entreprise en constante évolution

L'évolution du commerce des boissons alcooliques, de la Commission des liqueurs de Québec à la Société des alcools du Québec, témoigne du dynamisme constant de l'entreprise, toujours soucieuse de mieux servir les Québécois. Aujourd'hui, la clientèle a accès à une gamme très étendue de produits et découvre le plaisir de choisir parmi une sélection de quelque 3800 produits provenant de 55 pays différents.

Au cours des années, le réseau des ventes a été considérablement étendu, ce qui a permis de rejoindre plus efficacement la clientèle. Aux 347 magasins de la Société des alcools du Québec, il faut ajouter 117 agences ainsi que 11 200 épiciers et dépanneurs comme points d'approvisionnement en boissons alcooliques à travers le Québec.

Le commerce des boissons alcooliques a connu une évolution qui traduit les changements de comportement de la clientèle et qui reflète la transformation des goûts et des modes de vie des Québécois quant à la consommation des boissons alcooliques.

Ainsi, le rapport entre la consommation des vins et des spiritueux a subi un renversement important. La tendance, amorcée en 1971, n'a cessé depuis de s'intensifier. Au début des années 70, les ventes de vins et de spiritueux étaient à peu près équivalentes. En 1985-1986, les ventes de vins se situaient à 71,6 millions de litres contre 23,9 millions de litres pour les spiritueux.

En 1989-1990, cette prédominance des vins sur les spiritueux s'est traduite par un pourcentage de ventes en volume de 72,6 % pour les produits de la vigne, contre 18,9 % pour les spiritueux et 8,5 % pour les autres produits.

L'engouement des consommateurs pour les expériences de dégustation et la découverte de vins d'origine variée expliquent la notoriété croissante des vins.

Également, au chapitre de la consommation des vins, le portrait du vinophile québécois a beaucoup évolué. Jusqu'au milieu des années 80, la clientèle affichait une préférence pour les vins rouges. Aujourd'hui toutefois, les vins blancs comptent, en volume, pour 64 % du marché et les vins rouges pour 36 %.

D'autre part, la popularité des bières importées a continué de croître auprès de la clientèle. Ainsi, de 1986 à 1990, la consommation de bières importées a quadruplé.

La Société des alcools du Québec accorde beaucoup d'importance à cette évolution des goûts et des habitudes de consommation de ses diverses clientèles. Le développement des activités commerciales de l'entreprise tient compte de ces nouvelles tendances du marché québécois.

Sommaire

Lettre au président de l'Assemblée nationale 1

Lettre au ministre 1

Profil de l'entreprise et tendances du marché 3

Faits saillants 5

Message du président du conseil d'administration 6

Message du président-directeur général 7

Bilan des activités financières 8

- Ventes totales et ventes de vins, de spiritueux et d'autres produits 9
- Ventes de vins en succursales et en épiceries 10
- Ventes en épiceries par catégories 10
- Évolution du marché des vins selon leur provenance 11
- Évolution de la consommation des vins et des spiritueux par personne 11
- Répartition du total des ventes 12
- Contributions aux gouvernements 13

Bilan des activités commerciales 15

Bilan des activités - Ressources humaines 21

Gestion ouverte sur le changement 24

Services efficaces 25

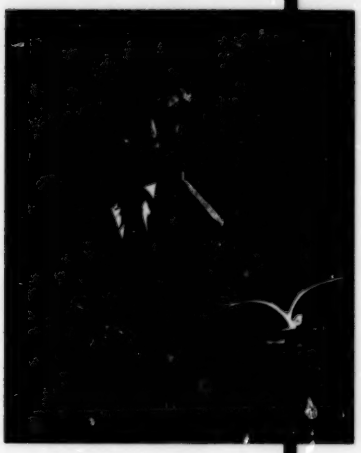
Rapport des vérificateurs et états financiers 27

Le Pied-du-Courant : tradition et innovation 37

Ventes totales	85-86	86-87	87-88	88-89	89-90*
Ventes totales (en millions de dollars)	935,7	948,4	1 007,7	1 040,9	**1051,7**
Variation en millions de dollars	52,8	12,7	59,3	33,2	**10,8**
Variation en pourcentage	6,0	1,4	6,3	3,3	**1,0**
Ventes totales (en millions de litres)	98,7	95,3	102,4	105,1	**102,3**
Variation en pourcentage	3,9	-3,4	7,5	2,6	**-2,7**
Ventes de vins					
Ventes totales (en millions de dollars)	473,1	476,0	520,8	548,9	**576,6**
Variation en pourcentage	11,4	0,6	9,4	5,4	**5,0**
Ventes totales (en millions de litres)	71,6	67,6	72,6	75,5	**74,3**
Variation en pourcentage	8,0	-5,6	7,4	4,0	**-1,6**
Ventes de spiritueux					
Ventes totales (en millions de dollars)	450,8	449,0	453,7	453,8	**434,8**
Variation en pourcentage	1,0	-0,4	1,0	—	**-4,2**
Ventes totales (en millions de litres)	23,9	21,7	21,8	21,0	**19,3**
Variation en pourcentage	-6,6	-9,2	0,5	-3,7	**-8,1**
Ventes de bières, de cidres et d'autres boissons à base de vin, de cidre ou de spiritueux					
Ventes totales (en millions de dollars)	11,8	23,4	33,2	38,2	**40,3**
Variation en pourcentage	-3,3	98,3	41,9	15,1	**5,5**
Ventes totales (en millions de litres)	3,2	6,0	8,0	8,6	**8,7**
Variation en pourcentage	3,2	87,5	33,3	7,5	**1,2**
Dépenses de fonctionnement					
Dépenses de fonctionnement (en millions de dollars)	157,1	160,5	169,4	172,9	**177,0**
Pourcentage des dépenses sur les ventes nettes	16,8	16,9	16,8	16,6	**16,8**
Bénéfice net					
Bénéfice net (en millions de dollars)	356,8	360,7	370,1	381,3	**387,6**
Pourcentage de bénéfice net sur les ventes nettes	38,1	38,0	36,7	36,6	**36,9**
Variation du bénéfice net en pourcentage	4,8	1,1	2,6	3,0	**1,7**
Autres données					
Nombre de succursales	359	353	355	351	**347**
Nombre d'employés réguliers	2 167	2 227	2 241	2 210	**2 179**
Nombre de produits de tous formats	2 960	3 166	3 360	2 941	**3 841**

* 53 semaines

Message du président du conseil d'administration



La Société des alcools du Québec a atteint, au cours de l'exercice financier 1989-1990, une stabilité aux plans commercial et financier. La fin de la décennie 80 a effectivement été marquée par le maintien d'un nouvel équilibre entre le développement commercial et la rentabilité financière de l'entreprise. Dans un contexte de stagnation du marché des boissons alcooliques, la maturité et le dynamisme de l'organisation ont assuré une excellente performance en dépit de la nouvelle conjoncture économique.

En effet, après avoir connu sept années de croissance soutenue, l'économie nord-américaine ressent actuellement un ralentissement dans tous les secteurs de son activité commerciale. Au Québec, le commerce des boissons alcooliques n'échappe pas à ce plafonnement de la croissance, également observé dans la plupart des provinces canadiennes.

Or, au début des années 80, l'expansion des entreprises québécoises, y compris la nôtre, a été réalisée principalement en fonction d'une augmentation des ventes et d'une demande accrue pour des produits connus dans un marché dont on pouvait prévoir la progression.

Toutefois, comme le prouvent les résultats de l'exercice financier 1989-1990, les nouvelles tendances du marché ont freiné le développement anticipé du commerce au détail en général et ont été marquées par un net ralentissement de la consommation des boissons alcooliques. Cette nouvelle conjoncture pose des défis particuliers à l'entreprise qui, en 1989-1990, a déployé de nombreux efforts pour réduire ses frais d'exploitation de manière à maintenir sa marge de profit net à 36,9 %. À titre d'exemples, citons la rationalisation des dépenses d'exploitation, la gestion plus rigoureuse des espaces commerciaux ainsi qu'une meilleure utilisation des ressources humaines et financières de l'entreprise.

En fait, les enjeux et les défis des années 90 représenteront, pour la Société des alcools du Québec, l'occasion de démontrer sa rentabilité et son efficacité par le développement de solutions nouvelles.

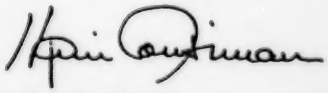
Dans un contexte de globalisation des échanges commerciaux en cette dernière décennie du vingtième siècle, les opérations commerciales de la Société des alcools du Québec devront répondre aux priorités de la clientèle, tout en continuant à assurer la rentabilité de l'entreprise. La Société des alcools du Québec devra également tenir compte des nouvelles préoccupations sociales, notamment celles suscitées par la protection de l'environnement et le vieillissement de la population.

De plus, les activités de l'entreprise continueront à respecter les règles de l'entente du libre-échange avec les États-Unis et des accords du GATT, tout en étant à l'affût des effets de l'unification du marché européen en 1992 et de l'ouverture des nouveaux marchés d'Europe de l'Est.

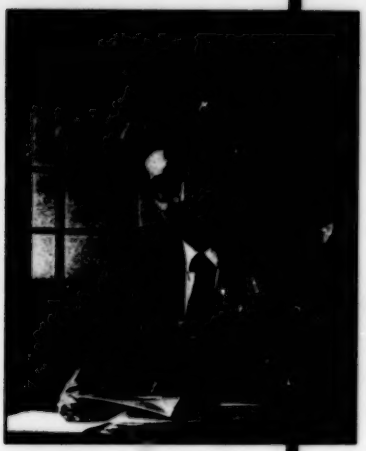
En somme, la Société des alcools du Québec termine l'exercice financier 1989-1990 en orientant son évolution en fonction des contraintes et des opportunités suscitées par l'émergence d'un nouveau contexte économique et commercial.

Pour mieux contribuer à l'essor de l'économie québécoise, l'engagement de l'entreprise demeure fondamentalement axé sur la qualité du service à la clientèle et sur le maintien de critères élevés de rentabilité.

Le président du conseil d'administration



Alain Cousineau



Au cours de l'exercice financier 1989-1990, la Société des alcools du Québec a réussi à maintenir à 36,9 % sa marge de profit net et ce, malgré le ralentissement observé dans les ventes. En effet, dès le début de l'exercice financier, plusieurs indicateurs sont venus confirmer une régression dans le commerce au détail de l'ordre de 5 % par rapport à l'an dernier. La Société des alcools du Québec n'a pas échappé à cette conjoncture.

Ainsi, pour l'année financière 1989-1990, les ventes ont atteint 1 milliard 52 millions de dollars. Il s'agit d'une croissance de 1 % par rapport à 1988-1989, un taux plutôt faible étant donné que l'exercice financier de 1989-1990 compte 53 semaines. En volume, les ventes ont enregistré une baisse de l'ordre de 2,7 %, s'établissant à 102,3 millions de litres comparativement aux 105,1 millions de litres vendus en 1988-1989.

Les frais d'exploitation, incluant les dépenses d'intérêts et d'amortissements, ont totalisé 177 millions de dollars, soit une hausse de 2,4 % par rapport à l'exercice financier 1988-1989. Quant aux investissements, ils se sont élevés à 4,8 millions de dollars en 1989-1990, incluant les coûts du parachèvement des travaux de réfection du siège social.

Pour accroître la performance de l'entreprise, la priorité a été accordée à la rationalisation des dépenses en général et à l'amélioration de la qualité du service à la clientèle. En ce sens, la poursuite du programme *Qualiplus* et le lancement de *Repère*, un programme de reconnaissance des *bons coups de service*, témoignent du souci qu'a le personnel d'améliorer la qualité du service offert à la clientèle, aussi bien interne qu'externe.

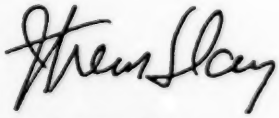
Cette préoccupation majeure de bien servir la clientèle a également soutenu la réalisation de l'engagement social de l'entreprise. Au cours de l'exercice financier 1989-1990, la Société des alcools du Québec a adopté une politique de protection de l'environnement et a contribué à la création du *Fonds québécois d'implantation de la collecte sélective et de réduction des déchets solides*.

Également, plusieurs programmes ont été mis de l'avant pour contrer les effets de la stagnation du marché et pour dynamiser notre commerce. Une campagne de publicité télévisée a été ajoutée aux activités de promotion des ventes et de mise en marché. Des cours sur la connaissance des produits ont été offerts au public adulte. Des dégustations de grands vins et des ventes par correspondance ont également été développées pour améliorer les ventes auprès des amateurs de vins haut de gamme.

Aussi, le succès remporté par la première vente aux enchères de vins rares et prestigieux et le rayonnement international sans précédent du concours *Sélections mondiales 1990* confirment la capacité de l'entreprise à innover. Ces activités ont contribué à rehausser la place qu'occupe le Québec sur le plan international en matière de commerce des boissons alcooliques.

En terminant, je désire exprimer ma reconnaissance envers tous les membres du personnel qui, par leur inlassable engagement, contribuent à assurer la force de l'entreprise, son efficacité et sa rentabilité. Les changements importants quant aux tendances du marché doivent renouveler notre élan afin que nous puissions relever avec succès les nombreux défis des années 90.

Le président-directeur général



Jocelyn Tremblay

Bilan des activités financières

Au cours de l'année financière terminée le 31 mars 1990, la Société des alcools du Québec a réalisé des ventes totales de 1 051,7 millions de dollars. Il s'agit d'une croissance de 1 % sur les ventes enregistrées en 1988-1989. Dans le réseau des succursales, les ventes ont atteint 876,5 millions de dollars alors que le réseau des épiceries a engendré des ventes de 175,2 millions de dollars.

Le bénéfice net de 387,6 millions de dollars représente 36,9 % des ventes totales. Le rapport entre le bénéfice net et le total des ventes de l'entreprise a été maintenu, comparativement à l'exercice financier antérieur, grâce à l'effort de rationalisation des dépenses réalisé dans tous les secteurs de l'entreprise.

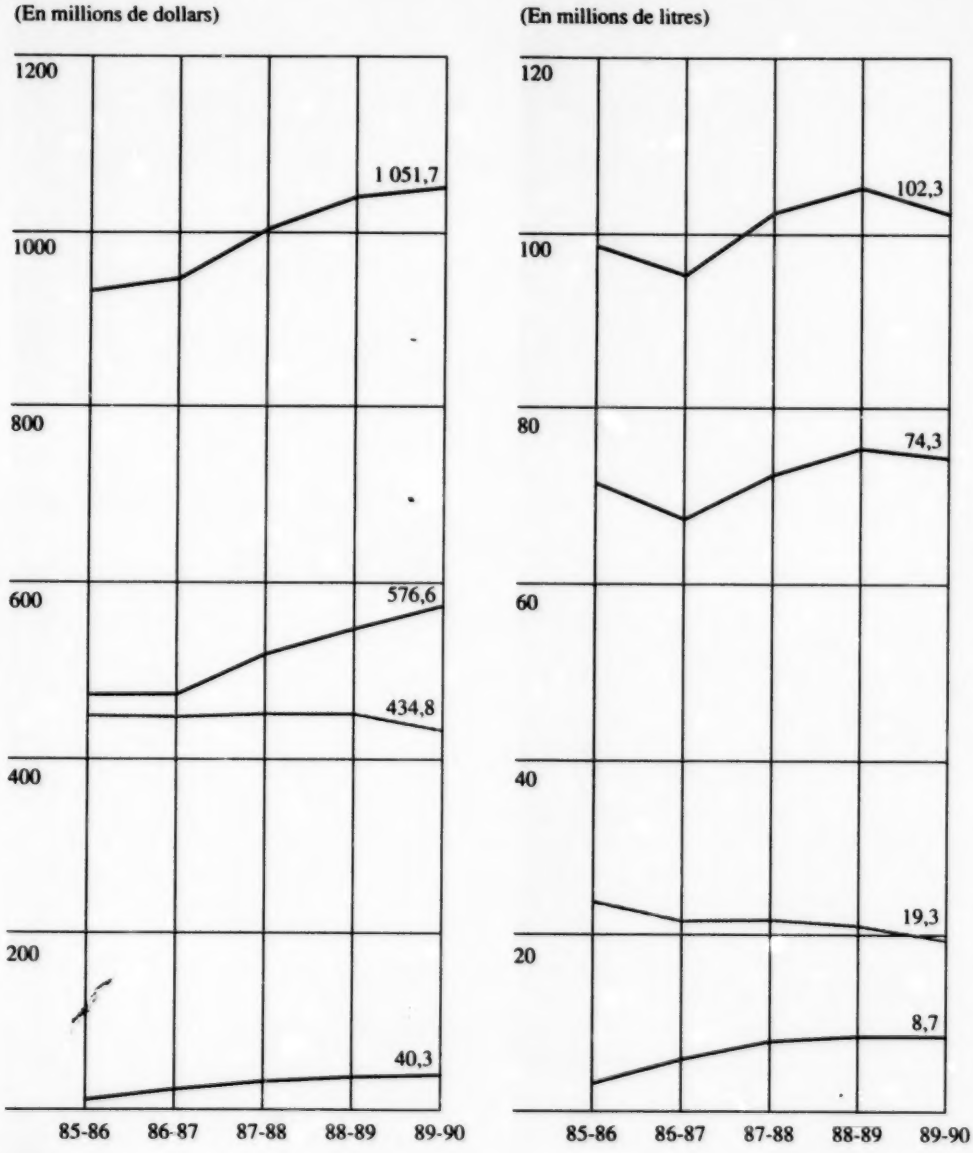
Contributions aux gouvernements

Les activités commerciales de la Société des alcools du Québec ont permis de remettre 668,2 millions de dollars aux gouvernements provincial et fédéral. Le gouvernement du Québec a reçu 479,5 millions de dollars. Cette somme inclut le dividende versé à l'actionnaire, la taxe de vente provinciale, les droits sur les ventes aux détenteurs de permis et la taxe sur capital. De son côté, le gouvernement du Canada a perçu 188,7 millions de dollars. Il s'agit des droits et de la taxe d'accise, des droits de douane et de la taxe de vente fédérale.

Nouvelles mesures pour maintenir la rentabilité

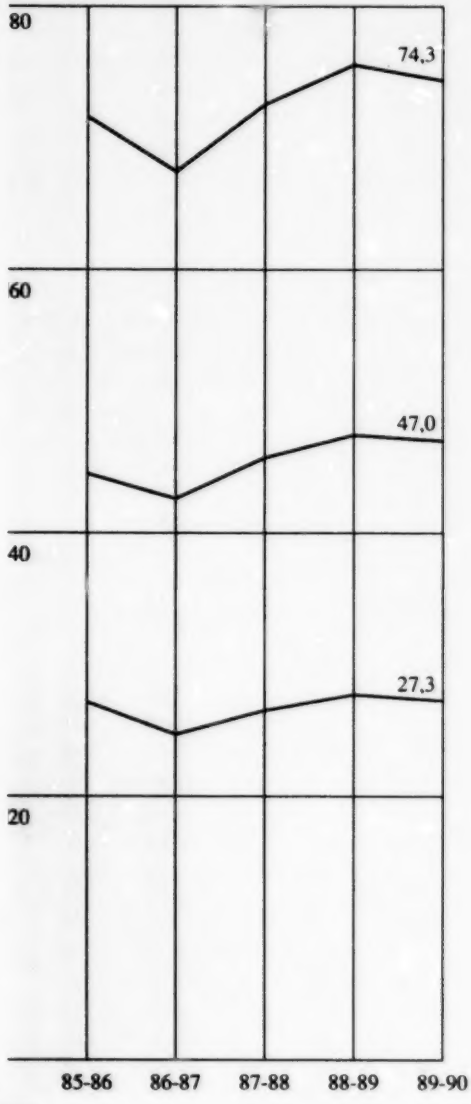
Dans le but de maintenir sa rentabilité en dépit de la stagnation des ventes, la Société des alcools du Québec a poursuivi ses efforts pour réduire ses dépenses d'exploitation. Ces actions touchent tous les secteurs de l'entreprise : mise en place de programmes visant à promouvoir la qualité; rationalisation des espaces locatifs; rationalisation des produits en succursales; réaménagement des heures d'ouverture des succursales; centralisation des opérations de ventes aux détenteurs de permis; rationalisation des coûts de transport maritime; instauration de nouvelles sources de revenus par la vente d'espaces publicitaires sur les sacs de la Société des alcools du Québec, par les opérations de ventes par correspondance et par les dégustations de prestige; enfin, une meilleure utilisation des ressources humaines. Malgré toutes ces mesures pour maintenir la rentabilité de l'entreprise, l'augmentation des dépenses demeure plus importante, en pourcentage, que la hausse des ventes : 2,4 % contre 1 % pour l'exercice financier 1989-1990.

Ventes totales et ventes de vins, de spiritueux et d'autres produits



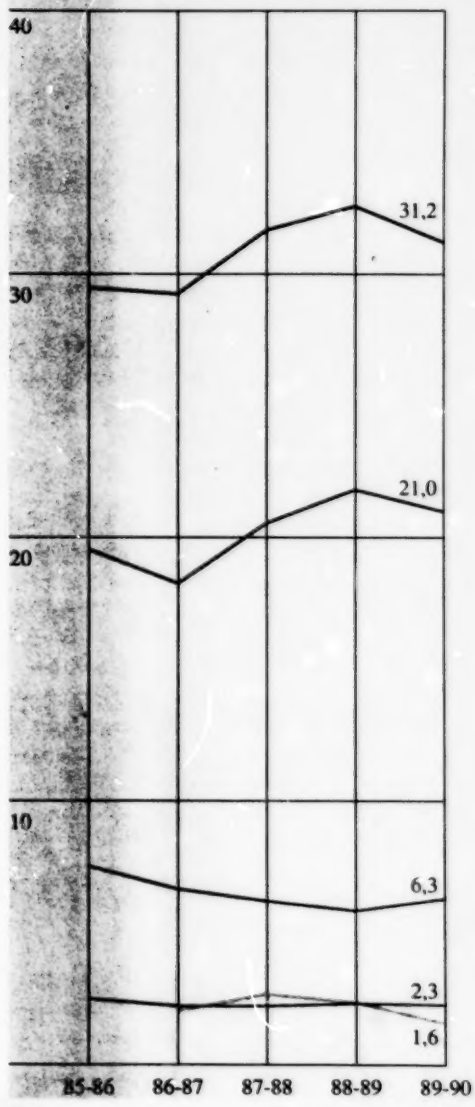
Ventes de vins en succursales et en épiceries

(En millions de litres)



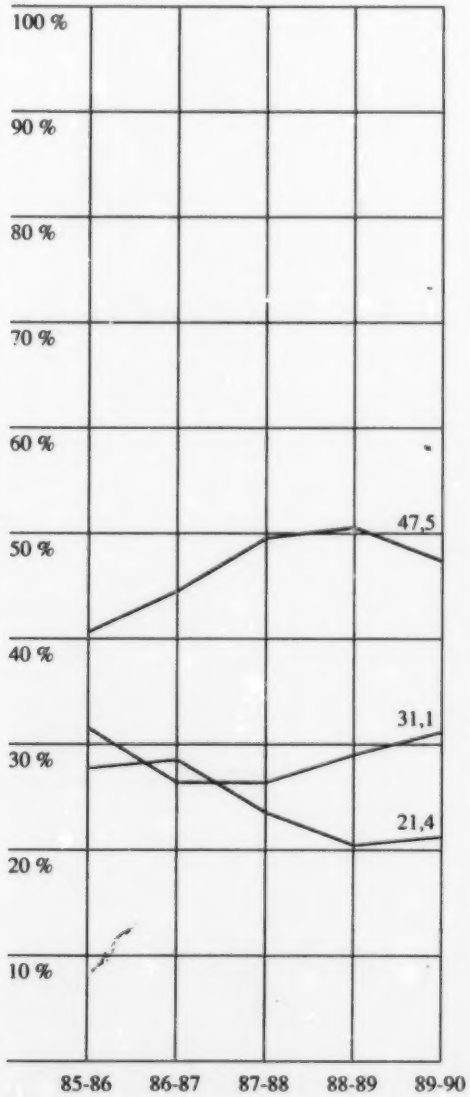
Ventes en épiceries par catégories

(En millions de litres)



Évolution du marché des vins selon leur provenance

(En pourcentage du volume)



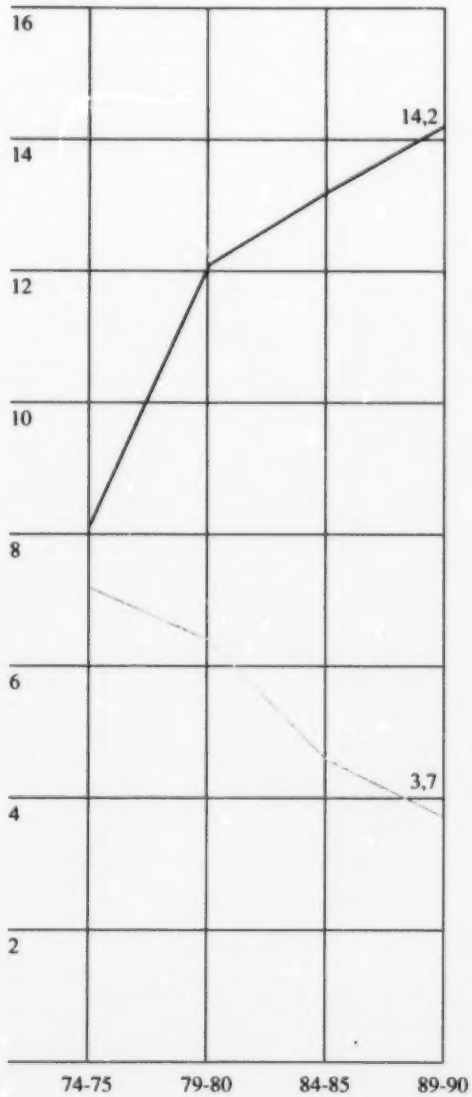
Vins embouteillés par les fabricants québécois

Vins reçus en bouteilles

Vins embouteillés par la Société des alcools du Québec

Évolution de la consommation des vins et des spiritueux par personne

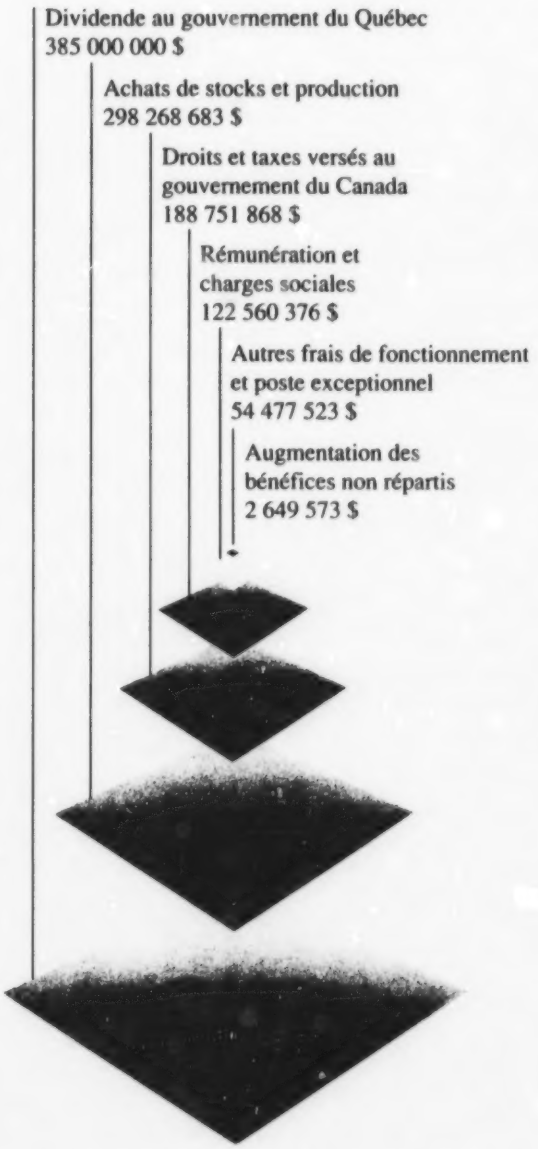
(En litres)



Vins

Spiritueux

Répartition du total des ventes
1989-1990

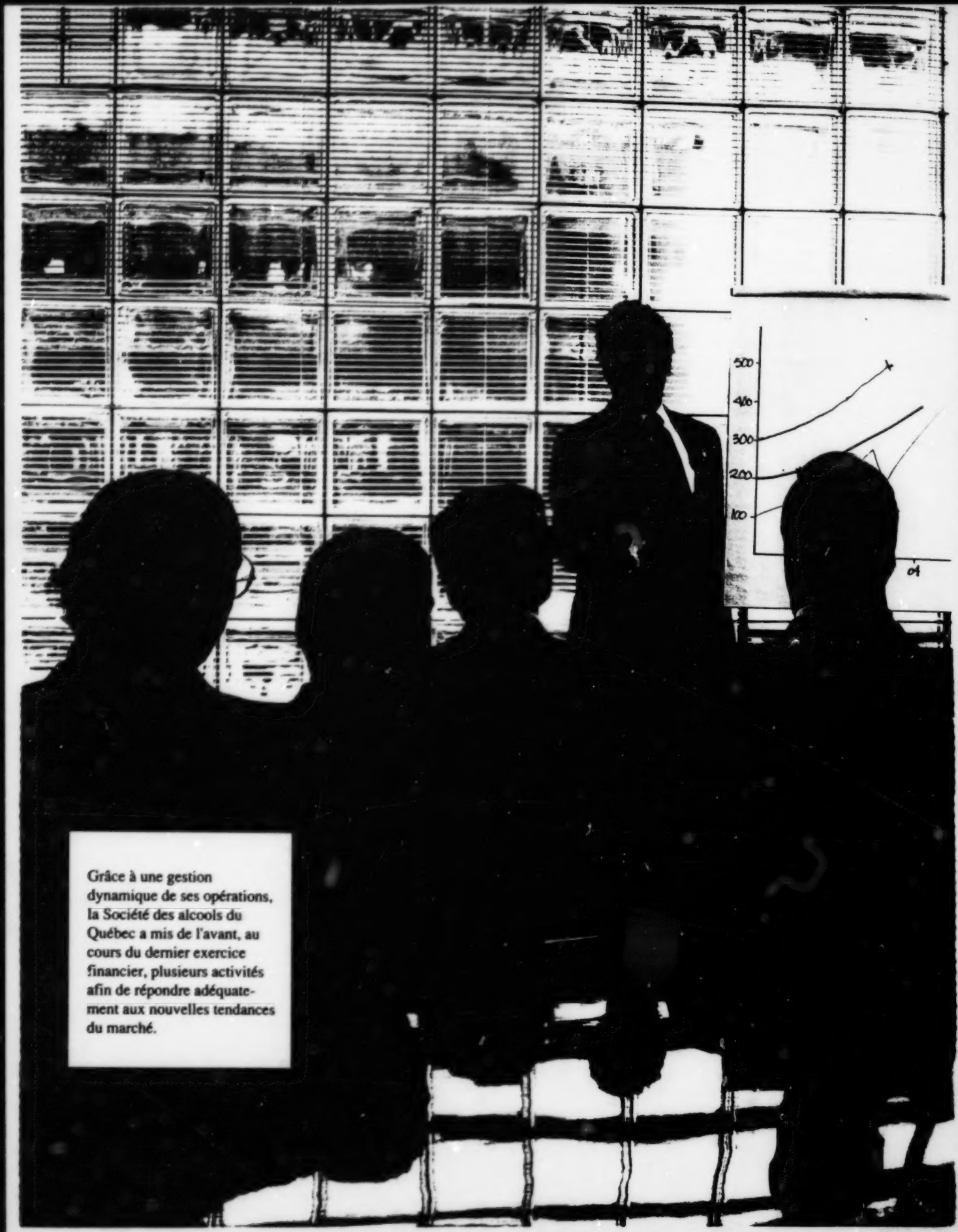


Répartition du total des ventes (1985-1986 à 1989-1990)

	85-86	86-87	87-88	88-89	89-90
Dividende au gouvernement du Québec	355 000 000 $	361 000 000 $	371 000 000 $	381 000 000 $	**385 000 000 $**
Droits et taxes versés au gouvernement du Canada	170 065 596	179 798 561	195 427 339	182 412 431	**188 751 868**
Achats de stocks et production	250 552 251	247 368 152	272 728 819	304 263 223	**298 268 683**
Rémunération et charges sociales	105 694 333	108 576 743	116 335 275	118 420 768	**122 560 376**
Autres frais de fonctionnement	51 421 175	51 939 649	53 096 209	54 472 262	**56 797 523**
Augmentation (diminution) des bénéfices non répartis	1 816 687	(328 721)	(922 534)	347 648	**2 649 573**
Poste exceptionnel	1 167 251	-	-	-	**(2 320 000)**
TOTAL	935 717 293 $	948 354 384 $	1 007 665 108 $	1 040 916 332 $	**1 051 708 023 $**

Contributions aux gouvernements
Taxes, droits et dividende inhérents à l'exercice 1989-1990

Gouvernement du Canada		
Boissons importées		
Taxe de vente	37 731 705 $	
Taxe d'accise et droits	51 758 003	
Boissons domestiques		
Taxe de vente	1 580 667	
Taxe d'accise et droits	43 429 916	
Droits et taxes remis par les fournisseurs	54 251 577	**188 751 868**
Gouvernement du Québec		
Dividende	385 000 000	
Impôt perçu sur la vente au détail (taxe de vente)	74 801 436	
Droits perçus sur les ventes aux détenteurs de permis	19 368 531	
Taxe sur capital (provision)	324 120	**479 494 087**
TOTAL		**668 245 955 $**



Grâce à une gestion dynamique de ses opérations, la Société des alcools du Québec a mis de l'avant, au cours du dernier exercice financier, plusieurs activités afin de répondre adéquatement aux nouvelles tendances du marché.

Résultats des ventes

L'année 1989-1990 a été marquée essentiellement par une faible croissance des ventes en dollars, soit un total atteignant 1 milliard 52 millions de dollars, comparativement à 1 milliard 41 millions de dollars l'an passé.

Dans le réseau des succursales, les ventes ont augmenté de 5 millions de dollars, soit 0,6 %, tandis que les ventes en épiceries ont haussé de 5,8 millions de dollars, soit 3,4%.

La stabilité des ventes en succursales provient d'une forte baisse des ventes de spiritueux contrebalancée par l'augmentation des ventes de vins et une forte croissance des ventes de bières importées.

La faible croissance des ventes en épiceries est le résultat d'une légère augmentation des ventes de vins, atténuée par une baisse de celles des *coolers* (boissons à base de vin, de cidre ou de spiritueux).

Tendances du marché

La tendance à la baisse dans la consommation s'est poursuivie pour la plupart des catégories de spiritueux. Cette année, la baisse des ventes en volume a été de 8,1 %.

En 15 ans, les ventes en volume de spiritueux ont chuté de 41,5 %. En 1975, ces ventes atteignaient 33 millions de litres. En 1989-1990, elles ont à peine dépassé 19,3 millions de litres.

Pour les vins, par contre, les ventes en volume ont plus que doublé, passant de 37 millions de litres en 1975 à 74,3 millions de litres cette année. La préférence pour les vins blancs se maintient. En 1985, la part de marché des vins blancs était de 50 %; en 1989-1990, elle a atteint 64 %. En épiceries, cette préférence est encore plus marquée. La vente des vins blancs y représente plus de 70 % des ventes totales.

Les ventes en volume de vins de qualité produits dans des régions déterminées (V.Q.P.R.D.) ont connu une très légère augmentation au détriment des vins de consommation courante. Les ventes en volume de vins de cépage, bien que limitées, ont enregistré également une croissance intéressante. Les ventes de vins de divers pays tels le Chili, l'Australie et les États-Unis ont maintenu leur croissance. D'autre part, les ventes de vins de certaines régions de France telles le Val de Loire, la Bourgogne et le Bordelais ont également connu une augmentation significative.

Les ventes en volume des *coolers* ont fortement baissé (29,4 %), surtout en épiceries.

Par contre, l'engouement pour les bières importées s'est développé, se traduisant par une forte augmentation des ventes en volume durant l'exercice financier 1989-1990, soit 34,9 %.

Évolution des prix de vente au détail

En 1987 et 1988, l'augmentation des prix des produits achetés à la Société des alcools du Québec était respectivement de 1,4 % et de 2,7 %, c'est-à-dire nettement inférieure à la variation de l'indice des prix à la consommation qui était de 4,2 % en 1987 et de 4,1 % en 1988.

En 1989-1990, l'augmentation des prix des produits a été de 5,6% comparativement à une augmentation de l'indice des prix à la consommation de 5 %.

Les succursales à surface réduite offrent une gamme variée de produits qui répond aux besoins des consommateurs, dans un contexte de qualité de service et de rentabilité.

En plus d'avoir été réalisé selon des techniques de mise en marché modernes, l'aménagement de ces succursales favorise un contact privilégié avec la clientèle.

Rentabilisation du réseau de ventes

Dans le contexte de stagnation des ventes, le réseau des succursales a fait l'objet d'études en vue d'en réduire les frais d'exploitation. Les heures d'ouverture de certaines succursales ont été révisées de même que l'espace locatif des succursales dont le bail arrivait à échéance. Ainsi, le plan de rationalisation du réseau s'est poursuivi avec la révision, entre autres, de 50 baux permettant de réduire la surface de ces magasins.

Le réseau des succursales a également été développé en fonction des nouveaux besoins de la clientèle. Par exemple, un concept de magasin à grande surface, *Le carrefour des connaisseurs*, a été élaboré pour les villes de Laval, de Chicoutimi et de Sherbrooke. Dans ce type de magasin, la clientèle retrouvera la gamme complète des produits commercialisés par la Société des alcools du Québec.

Par ailleurs, un nouveau mode de paiement par carte de débit a été mis à l'essai dans 21 succursales des régions du Saguenay—Lac-Saint-Jean, de Victoriaville, de Laval et de Montréal. Dans ces magasins, la clientèle a la possibilité, depuis février 1989, d'utiliser soit la carte de débit de la Banque Nationale du Canada (régions de Montréal et du Saguenay—Lac-Saint-Jean), soit la carte de débit des caisses populaires Desjardins (régions de Laval, de Victoriaville et également de Montréal).

Ce nouveau mode de paiement, à l'essai dans les régions concernées, représente une amélioration des services offerts à la clientèle car il s'agit d'un moyen sûr, pratique et flexible de régler les achats en succursales.

À ce jour, le taux d'utilisation de la carte est en progression lente mais constante dans l'ensemble des régions touchées par ce projet-pilote.

L'entreprise envisage la possibilité d'ajouter de nouvelles pratiques commerciales qui répondent à la demande des différentes clientèles. C'est dans cet esprit qu'a été réalisée, durant l'exercice financier 1989-1990, une étude de faisabilité sur la livraison de colis-cadeaux à domicile. Les résultats de cette étude devraient permettre à l'entreprise de réaliser, en 1990-1991, un marché-test avec ce nouveau type de service à la clientèle.

Des campagnes promotionnelles conjointes

De nouvelles initiatives ont été prises sur le plan de la mise en marché dans le réseau des succursales. Ainsi, la Société des alcools du Québec a organisé, conjointement avec Sopexa (Canada) Ltée, une campagne promotionnelle sur *Le grand art des vins et spiritueux de France*. Cette promotion permettait de rejoindre la clientèle au moyen de conférences, d'un concours et d'une multitude de dégustations de produits français.

Une autre promotion, portant cette fois sur des spiritueux, a été menée en collaboration avec l'Association des distillateurs du Québec. Cette activité avait pour but de mieux faire connaître et apprécier les liqueurs canadiennes auprès de la clientèle à travers le réseau des succursales de l'entreprise.

À ces efforts promotionnels sont venues s'ajouter des campagnes publicitaires, télévisées et imprimées. Sous le thème *Le plaisir de choisir*, l'effort publicitaire visait à mettre en évidence l'étendue et la qualité de la gamme de produits offerts à la clientèle.

Par ses nombreuses promotions en succursales, l'animation créée par le personnel et l'information diffusée sur les produits, l'entreprise a amélioré la mise en marché des boissons alcooliques. Ainsi, en 1989-1990, plus de 4000 dégustations ont eu lieu dans les succursales et ont permis de faire découvrir de nouveaux produits à la clientèle.

Succès de la vente des vins nouveaux 1989

En novembre 1989, l'opération commerciale *Vins nouveaux* a permis de vendre environ 30 000 caisses de ces produits en quelques jours seulement. Les Québécois profitaient cette année d'une sélection variée de vins nouveaux puisque des produits français et italiens étaient offerts.

Aux Beaujolais nouveaux s'ajoutaient un Muscadet nouveau de même que des vini novelli, en rouge et en blanc.

Développement de nouvelles activités promotionnelles

Dans le but de faire découvrir et mieux apprécier les *Crus bourgeois 1986* et les *Grands vins de Bordeaux 1986*, de grandes dégustations ont été organisées, suivies d'une vente par correspondance. Ces deux activités, couronnées d'un éclatant succès, ont permis d'écouler près de 78 000 bouteilles de *Crus bourgeois* au printemps 1989 et 28 000 bouteilles de *Grands vins de Bordeaux* à l'automne de la même année.

Ces événements prestigieux de dégustation et ces expériences réussies de marketing direct prouvent que le Québec se compare très bien aux grands centres qui, partout à travers le monde, attirent une clientèle avisée et soucieuse d'acquérir des produits très recherchés.

Afin de répondre à la demande de cette clientèle, la Société des alcools du Québec aménageait une cave à vins subdivisée en une trentaine de celliers dans les caves du Pied-du-Courant.

Ces celliers ont été loués à des amateurs qui désirent faire vieillir leurs précieuses bouteilles en toute quiétude, dans des conditions de conservation idéales. Une salle de dégustation et une collection de livres sur l'œnologie sont également à la disposition des locataires.

Première vente aux enchères

Une grande première canadienne se tenait en mars 1990 avec la vente aux enchères de quelque 250 lots de vins rares et prestigieux. Une impressionnante sélection de produits était offerte aux nombreux amateurs présents. Plus de 1000 vinophiles, canadiens et étrangers, assistaient à cet événement.

Les profits tirés de cette activité ont été versés à *Opération Enfant Soleil*, un organisme communautaire venant en aide aux trois hôpitaux de pédiatrie du Québec.

Sélections mondiales 1990

La Société des alcools du Québec organisait également, en mars dernier, la sixième présentation des *Sélections mondiales*. Le concours a suscité une participation sans précédent de la part des différents pays producteurs de vins. Également, pour la première fois, un pays producteur de spiritueux était invité à participer : une compétition de scotch whiskies était organisée pour les produits en provenance d'Écosse.

Au total, 1088 produits provenant de 30 pays étaient mis en compétition à l'occasion de cet événement reconnu comme le plus important concours de dégustation au monde, en raison du nombre de pays participants.

Un jury international prestigieux était réuni à Montréal pour l'occasion, assurant la crédibilité de cet événement.

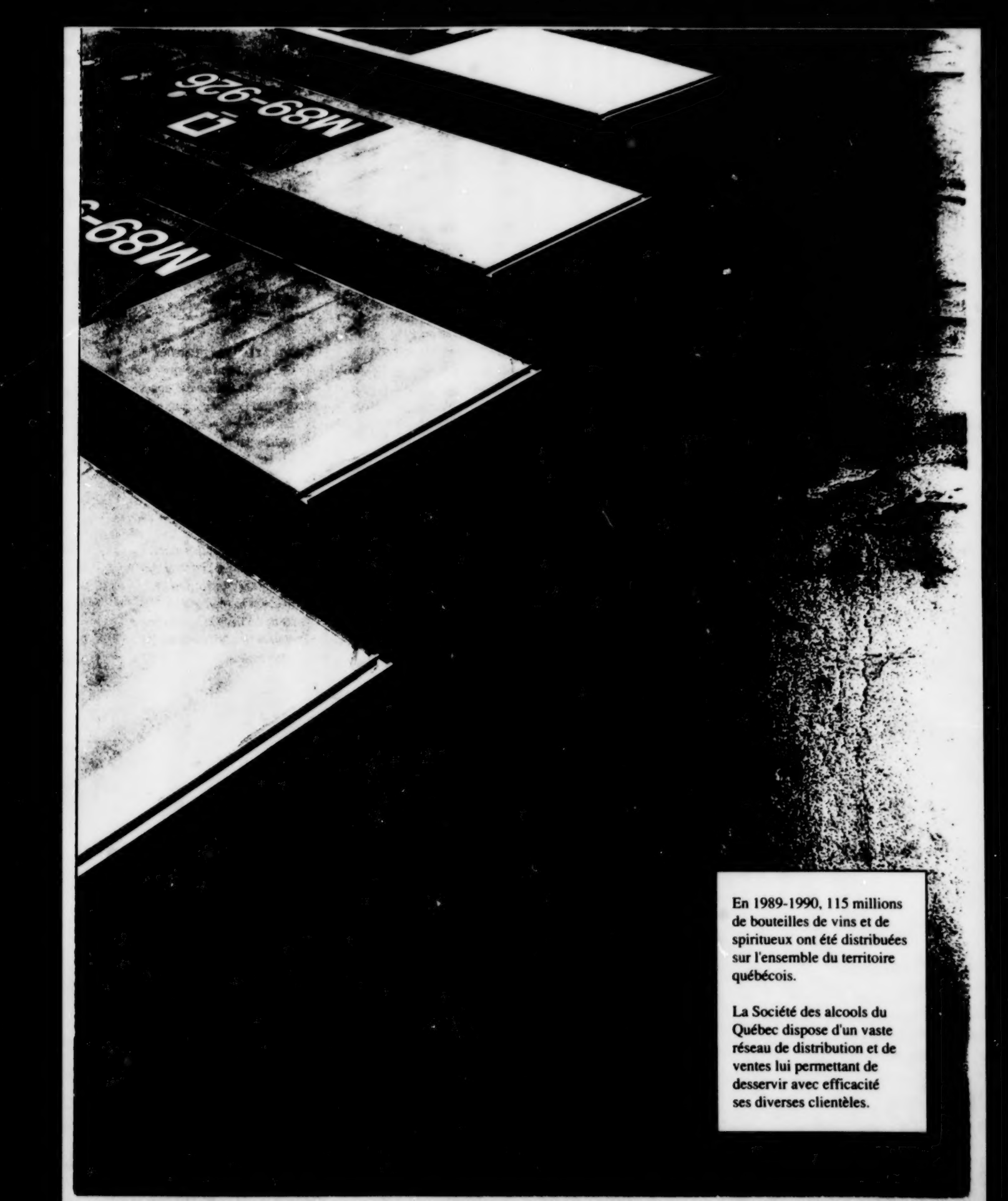
Aussi, à l'automne 1990, les consommateurs québécois pourront se procurer les 36 vins et les 6 scotch whiskies considérés comme les meilleurs au monde par les membres du jury des *Sélections mondiales* 1990.

Afin d'associer la clientèle québécoise aux *Sélections mondiales 1990*, l'entreprise innovait en tenant, pour la première fois au Québec, un grand vote populaire. Par la création du *Prix du public La Presse-Télémédia*, la Société des alcools du Québec demandait à sa clientèle de faire connaître son choix en votant pour le vin qu'elle préfère. Ainsi, cette grande consultation populaire a permis à la population de participer aux *Sélections mondiales 1990*.

Activités de mise en bouteilles

Durant l'exercice financier 1989-1990, l'usine de mise en bouteilles de la Société des alcools du Québec a augmenté sensiblement son volume de ventes par rapport à l'exercice précédent.

De façon plus spécifique le Harfang des Neiges, le rouge et le blanc, a continué d'enregistrer un réel succès commercial. Le Harfang des Neiges blanc, en format de 4 litres, est le plus grand vendeur de l'année parmi les nouveaux produits introduits en succursales.



En 1989-1990, 115 millions de bouteilles de vins et de spiritueux ont été distribuées sur l'ensemble du territoire québécois.

La Société des alcools du Québec dispose d'un vaste réseau de distribution et de ventes lui permettant de desservir avec efficacité ses diverses clientèles.

Un effort soutenu de formation

L'importance qu'accorde la Société des alcools du Québec à ses ressources humaines se traduit par l'élaboration de nombreux programmes de valorisation, de formation et d'information.

En matière de perfectionnement, 88 programmes de formation ont été offerts à 1254 participants afin d'améliorer leurs connaissances ou leur expertise et de développer de nouvelles habiletés quant à la gestion, la communication ou encore la connaissance des boissons alcooliques.

Par exemple, le *Programme de stagiaires à la direction de succursales* a permis d'offrir 180 heures de cours aux 40 finissants.

En outre, 36 personnes ont suivi le cours de 38 heures de *Préparation à la retraite*. Quant au *Programme d'aide au perfectionnement*, il a permis de financer un total de 199 cours suivis par 121 employés.

Du côté du personnel de secrétariat, un plan d'action a été mis en oeuvre pour favoriser l'avancement professionnel des secrétaires. La valorisation, le perfectionnement et le développement de carrière sont les trois points principaux préconisés dans ce plan, en vue de mettre en évidence le potentiel et la contribution du personnel de secrétariat.

De plus, la continuité du *Programme d'accès à l'égalité* a permis d'améliorer la représentation féminine à la direction des succursales durant l'exercice financier 1989-1990.

Programme *Qualiplus*

Le programme de gestion de la qualité du service à la clientèle *Qualiplus* a poursuivi son développement en permettant aux employés de 151 succursales et de plusieurs services administratifs de se regrouper afin d'améliorer la qualité du service.

Dans le but de promouvoir l'orientation *Clientèle* du programme *Qualiplus* et de mettre en évidence les réalisations du personnel de l'entreprise, le programme *Repère* était lancé au début de l'année financière. Il s'agit d'un programme qui vise à reconnaître les *bons coups de service* dans les différents secteurs de l'entreprise. Au total, 163 équipes de travail ont soumis leurs réalisations, des actions d'équipe déjà mises en application et qui améliorent la qualité du service au client interne ou externe. Elles ont été évaluées par un jury qui a sélectionné 23 équipes gagnantes, pour un total de 230 personnes ainsi devenues membres du *Qualiclub*.

La qualité des réalisations inscrites à *Repère* a mis en lumière la participation enthousiaste du personnel et témoigne du potentiel innovateur des employés ainsi que de la force du sentiment d'appartenance à l'entreprise.

Un support tangible

Par le *Programme d'aide au personnel* (P.A.P.), l'entreprise s'assure que ses ressources humaines reçoivent tout le support dont elles ont besoin dans le cas de problèmes reliés à l'alcoolisme et aux drogues.

Sous la responsabilité d'un comité paritaire, le *Programme d'aide au personnel* a répondu, en 1989-1990, aux besoins de 52 employés aux prises avec des problèmes de dépendance face à l'alcool et aux drogues, principalement par des entrevues d'évaluation, d'orientation et de support. En outre, les gestionnaires ont reçu une formation en vue de mieux intervenir auprès des employés pouvant avoir des problèmes d'alcoolisme ou de toxicomanie. De plus, un réseau externe de spécialistes a été mis sur pied à travers la province pour assurer des interventions de qualité auprès du personnel.

D'autre part, le service des Ressources humaines innovait en créant le *Service aux employés*. Ce nouveau service personnalisé s'adresse au personnel de l'entreprise. Il permet de répondre à toutes les questions qui touchent l'entreprise et ses différents programmes en matière d'avantages sociaux, d'orientation de carrière ou de préparation à la retraite.

Santé et sécurité au travail

Le projet-pilote en prévention des maux de dos *J'en ai plein le dos*, qui a débuté au Centre de distribution de Québec en 1988-1989, s'est poursuivi en 1989-1990. Devant le succès de ce programme préventif, l'entreprise a décidé de le poursuivre sous forme d'un projet paritaire d'ergonomie en milieu de travail.

De plus, des chercheurs de l'Institut de recherche en santé et sécurité au travail (I.R.S.S.T.) apportent leur collaboration aux employés des centres de distribution de l'entreprise. Il s'agit également d'un projet participatif d'ergonomie en milieu de travail visant l'analyse des postes et des méthodes de travail en vue d'améliorer la qualité du milieu de travail des employés.

Par ailleurs, les contremaîtres de l'entreprise ont reçu une formation relative aux questions de santé et de sécurité de façon à tenir compte de cette dimension du travail dans leur gestion quotidienne.

	Montréal	Québec	Total	Pourcentage du personnel total
Cadres supérieurs	81	13	94	4
Cadres intermédiaires	58	14	72	3
Directeurs de succursale	189	126	315	14
Personnel non syndiqué	56	9	65	3
Personnel syndiqué - S.P.T.P.	258	20	278	13
Personnel syndiqué - S.E.M.B.				
- Bureaux	143	19	162	7
- Magasins	444	252	696	33
Personnel syndiqué S.T.S.A.Q.	381	116	497	23
Total	1 610	569	2 179	100

Note : à l'effectif régulier s'ajoutent 1 905 employés à temps partiel, membres du Syndicat des employés de magasins et de bureaux, travaillant dans le réseau des succursales principalement les fins de semaine ou en soirée. De plus, 122 employés non titulaires, membres du Syndicat des travailleurs(euses) de la Société des alcools du Québec, travaillent dans les entrepôts. Les services de ces employés sont requis en période de pointe ou en remplacement du personnel ouvrier régulier.
S.P.T.P. : Syndicat du personnel technique et professionnel
S.E.M.B. : Syndicat des employés (es) de magasins et de bureaux
S.T.S.A.Q. : Syndicat des travailleurs (euses) de la Société des alcools du Québec

Par sexe	
- femmes :	348
- hommes :	1 831

Par âge	
- de 20 à 29 ans :	157
- de 30 à 39 ans :	1 116
- de 40 à 49 ans :	549
- de 50 à 59 ans :	306
- 60 ans et plus :	51

Par années de service	
- moins de 10 années de service :	337
- de 10 à 19 années de service :	1 413
- de 20 à 29 années de service :	355
- 30 années de service et plus :	74

	89-90	88-89
Rémunération au taux régulier		
- Salaires, vacances, congés flottants, congés de maladie et variation des banques d'heures accumulées	**94 206 228 $**	90 430 898 $
Rémunération en temps supplémentaire et heures additionnelles	**3 876 403**	4 218 671
Rémunération	**98 082 631**	94 649 569
Contribution de l'employeur aux régimes publics et privés d'avantages sociaux		
- Régime des rentes du Québec (R.R.Q.)	**1 533 114**	1 385 693
- Régime de l'assurance-maladie du Québec (R.A.M.Q.)	**3 251 781**	3 000 961
- Assurance-chômage	**2 104 626**	2 223 988
- Commission de la santé et de la sécurité du travail du Québec (C.S.S.T.)	**1 536 701**	1 340 359
- Régime de retraite des fonctionnaires (R.R.F.) et régime de retraite des employés du gouvernement et des organismes publics (R.R.E.G.O.P.)	**4 334 020**	4 123 078
- Assurances collectives : vie, invalidité et maladie	**1 367 503**	1 347 120
	14 127 745	13 421 199
Contribution de l'employeur pour combler le déficit actuariel		
- Versement annuel pour combler le déficit actuariel accumulé au régime de retraite des fonctionnaires (R.R.F.)	**10 350 000**	10 350 000
Charges sociales	**24 477 745**	23 771 199
Total de la rémunération et des charges sociales	**122 560 376 $**	118 420 768 $

La masse salariale totale est en hausse de 3,5 % par rapport à l'an dernier. Le montant global versé pour la rémunération et les avantages sociaux est passé de 118 millions à 123 millions de dollars.

Adoption d'un plan directeur informatique

Le 12 mai 1989, le conseil d'administration entérinait le *Plan directeur informatique*. Cette décision apportait de nouvelles solutions en vue d'améliorer la technologie et de fournir aux membres de l'entreprise une information plus précise et plus rapide.

La consultation de tous les secteurs de l'entreprise a fait en sorte que le *Plan directeur informatique* tient compte des préoccupations des usagers en matière de communication, d'autonomie, de sécurité informatique et de besoins pour de nouvelles applications. De plus, les usagers ont exprimé leurs besoins en logiciels et équipements.

Des normes ont été établies pour hiérarchiser les besoins de développement.
Les priorités tiennent compte des changements de lois, du renouvellement des conventions collectives, de l'évolution du marché des boissons alcooliques et de l'âge des applications actuelles. De plus, lors de l'approbation d'un projet de développement, l'entreprise accorde une importance particulière à l'identification des avantages monétaires.

Parmi les réalisations de 1989-1990, des banques de données corporatives ont été développées et seront implantées au début de l'exercice financier 1990-1991. La banque de données *Prix* a pour fonction de gérer les prix de vente et la taxation qui y est rattachée, tandis que les banques de données *Marques* et *Clients* contiennent toutes les informations nécessaires à la gestion des fichiers des produits et des clients.

En 1990-1991, l'application du *Plan directeur informatique* se poursuivra. Parmi ces projets, mentionnons le développement de RÉSO (Réseau des succursales-outil de gestion). Ce système d'administration multifonctionnel des points de ventes a pour but, entre autres, de gérer efficacement les inventaires de même que les ventes en succursales et d'améliorer le service à la clientèle.

Protection de l'environnement

La Société des alcools du Québec se préoccupe de développer de nouvelles méthodes afin d'adopter des habitudes d'achat ou de récupération qui favorisent une meilleure qualité de l'environnement.

Concrètement, la Société des alcools du Québec participait, en 1989, à la création du *Fonds québécois d'implantation de la collecte sélective et de la réduction des déchets*. Elle contribue au financement de cet organisme à raison d'un demi-million de dollars par année, pour un total de 2,5 millions de dollars. Un premier versement était effectué en 1989-1990.

De plus, la Société des alcools du Québec favorise l'acquisition de matériel contenant des matières recyclées, que ce soit le verre, le papier ou le carton.

Fonds Éduc'alcool

Consciente de l'importance de sa mission sociale, la Société des alcools du Québec s'est toujours préoccupée d'informer sa clientèle sur les modes de consommation responsable des boissons alcooliques. Cet engagement social s'est concrétisé davantage, durant l'exercice financier 1989-1990, avec le développement du *Fonds Éduc'alcool*. La mission de cet organisme est d'informer et de sensibiliser le public sur la consommation réfléchie des boissons alcooliques.

Regroupant tous les partenaires de l'industrie des boissons alcooliques, le *Fonds Éduc'alcool* dispose annuellement d'environ un million de dollars afin de réaliser des programmes d'information, de formation et de prévention, à la fois auprès des jeunes et de la population adulte.

Les connaisseurs

La Société des alcools du Québec ajoutait, à l'automne 1989, un second cycle à la série *Les connaisseurs*. Ces cours destinés à la clientèle portent sur les vins et les spiritueux et visent à favoriser la connaissance et l'appréciation des diverses boissons alcooliques.

Jusqu'ici, le cycle I de la série *Les connaisseurs* était offert à Montréal et à Québec mais, depuis l'automne 1989, il est également disponible dans certains grands centres régionaux. Ces cours, animés par des spécialistes de la Société des alcools du Québec, comprennent de l'information théorique, des séances pratiques de dégustation, des projections de vidéocassettes et une documentation complète distribuée aux participants.

La popularité de la série *Les connaisseurs* a été confirmée par le taux élevé de fréquentation des clients. Au total, près de 1000 personnes ont suivi les cours du cycle I tandis que les premières séances du cycle II permettaient d'accueillir 450 personnes.

Nouveaux services à la clientèle

Dans le but de mieux servir ses différentes clientèles partout à travers le Québec, la Société des alcools du Québec instaurait un service téléphonique d'information. Grâce à l'installation d'une ligne *WATS (Wide Area Telephone Service)* en mai 1989, tous les clients peuvent désormais recevoir des réponses pertinentes sur les sujets qui les préoccupent, concernant aussi bien la disponibilité des produits que leur prix ou leur accord avec les mets.

L'entreprise a, de plus, mis en place un programme de gestion des commentaires et des plaintes qui permet d'évaluer la satisfaction de la clientèle. Ce nouveau service apporte à la direction de la Société des alcools du Québec une meilleure connaissance de la clientèle qui participe ainsi, de façon indirecte mais efficace, à la gestion de l'entreprise.

Par ailleurs, les visites industrielles offertes à la population ont permis à plus de 7000 personnes de mieux connaître le Centre de distribution de Montréal et l'ensemble des opérations de l'entreprise. Le Centre de distribution de Québec accueillait, de son côté, près de 1400 visiteurs.

Enfin, de nouvelles activités ont été lancées à la Maison des vins de Québec en 1989-1990. Des *Midis-dégustations* ont débuté dès l'automne 1989, permettant à la clientèle de profiter de l'heure du lunch pour déguster une sélection de vins choisis parmi les nouveaux arrivages de produits. De leur côté, les *Soirées bons achats*, animées par les experts de la Maison des vins de Québec, visent à faire découvrir, par la dégustation et les échanges d'informations, des produits nouvellement arrivés. Cette activité *Soirées bons achats* est également tenue à la Maison des vins de Trois-Rivières.

Des *Sessions de dégustations thématiques* ont été ajoutées aux nouvelles activités tenues dans ce véritable centre culturel qu'est la Maison des vins de Québec. Ce programme s'adresse aux amateurs qui ont déjà acquis certaines connaissances du monde du vin afin de leur permettre d'approfondir leur savoir et de raffiner davantage leur technique de dégustation. Chaque session de dégustation thématique est centrée sur une des grandes régions vinicoles du monde. Cela permet d'effectuer un tour d'horizon complet des principaux pays producteurs.

Enfin, la *Dégustation au verre* est une nouvelle activité maintenant offerte à la clientèle des maisons des vins de Québec, Trois-Rivières, Montréal et Hull, depuis mars 1990. Grâce à cette initiative, la clientèle peut déguster des produits remarquables et évaluer leurs qualités ainsi que leur potentiel avant d'en faire l'achat.

Membres du conseil d'administration

Alain Cousineau,
Président du conseil
d'administration

Jocelyn Tremblay,
Président-directeur général

Jean-Marc Baronet

Guy Bonenfant

José P. Dorais

Daniel Lamonde

Louise B. Léonard

Luigi Liberatore

Pierrette Roussin

Monsieur Gérard D. Lévesque
Ministre des Finances du Québec,
Actionnaire de la Société des
alcools du Québec

Nous avons vérifié le bilan de la Société des alcools du Québec au 31 mars 1990 ainsi que les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière pour l'exercice de 53 semaines terminé à cette date et nous avons obtenu tous les renseignements et les explications demandés. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, au meilleur des renseignements et des explications qui nous ont été donnés et tel qu'il appert aux registres comptables de la Société des alcools du Québec, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la compagnie au 31 mars 1990 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice de 53 semaines terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Comptables agréés
Montréal, le 30 avril 1990

Société des alcools du Québec
Résultats
Exercice de 53 semaines terminé le 31 mars 1990
(en milliers de dollars)

	1990	1989
Ventes (Note 3)	**1 051 708 $**	1 040 916 $
Frais d'exploitation		
Coût des marchandises vendues	**487 020**	486 676
Ventes et mise en marché, distribution et administration	**168 755**	162 865
	655 775	649 541
Bénéfice avant intérêts, amortissements et poste exceptionnel	**395 933**	391 375
Intérêts sur emprunts à court terme	**3 624**	2 676
Intérêts relatifs à l'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition	**1 666**	1 678
Amortissement des immobilisations	**4 907**	5 267
Amortissement de l'immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition	**407**	407
	10 604	10 028
Bénéfice avant poste exceptionnel	**385 329**	381 347
Poste exceptionnel		
Profit sur vente d'un terrain	**2 320**	—
Bénéfice net	**387 649 $**	381 347 $

Société des alcools du Québec
Bénéfices non répartis
Exercice de 53 semaines terminé le 31 mars 1990
(en milliers de dollars)

Solde au début	**980 $**	633 $
Bénéfice net	**387 649**	381 347
	388 629	381 980
Dividende au ministre des Finances	**385 000**	381 000
Solde à la fin	**3 629 $**	980 $

Société des alcools du Québec
Évolution de la situation financière
Exercice de 53 semaines terminé le 31 mars 1990
(en milliers de dollars)

	1990	1989
Exploitation		
Bénéfice net	387 649 $	381 347 $
Postes ne comportant aucun mouvement de liquidités :		
Amortissements	5 314	5 674
Profit sur vente d'immobilisations		
Vente d'un terrain	(2 320)	—
Autres	(91)	—
Augmentation de la provision pour crédits de congés de maladie cumulés	500	500
	391 052	387 521
Variation nette des postes du fonds de roulement ne constituant pas des liquidités	(14 965)	43 924
Liquidités provenant de l'exploitation	376 087	431 445
Investissement		
Achats d'immobilisations	(4 859)	(5 724)
Ventes d'immobilisations	3 562	369
Liquidités absorbées par l'investissement	(1 297)	(5 355)
Financement		
Remboursement de l'obligation découlant d'un contrat de location-acquisition, liquidités absorbées par le financement	(153)	(138)
Distributions à l'actionnaire		
Dividende, liquidités absorbées par les distributions	(472 000)	(250 000)
Augmentation (diminution) des liquidités	(97 363)	175 952
Liquidités (insuffisance) au début	69 738	(106 214)
Liquidités (insuffisance) à la fin (Note 4)	(27 625) $	69 738 $

Société des alcools du Québec
Bilan
31 mars 1990
(en milliers de dollars)

Actif	1990	1989
Actif à court terme		
Encaisse	— $	11 238 $
Dépôts à terme	15 200	58 500
Débiteurs	17 876	20 223
Stocks	115 367	96 186
Frais imputables au prochain exercice	6 421	6 596
	154 864	192 743
Immobilisations (Note 5)	44 390	45 589
Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition (Note 6)	10 989	11 396
	210 243 $	249 728 $

Au nom du conseil d'administration

Alain Cousineau
Administrateur

Jean-Marc Baronet
Administrateur

Passif	1990	1989
Passif à court terme		
Découvert bancaire	42 825 $	— $
Créditeurs et frais courus	57 299	55 586
Dividende	50 000	137 000
	150 124	192 586
Provision pour crédits de congés de maladie cumulés	11 600	11 100
Obligation découlant d'un contrat de location-acquisition (Note 7)	14 890	15 062
	176 614	218 748
Avoir de l'actionnaire		
Capital-actions		
Autorisé		
300 000 actions d'une valeur nominale de 100 $ chacune		
Émis et payé		
300 000 actions	30 000	30 000
Bénéfices non répartis	3 629	980
	33 629	30 980
	210 243 $	249 728 $

Éventualité (Note 8)

Société des alcools du Québec
Notes complémentaires
31 mars 1990

1-Statut

La compagnie est constituée en vertu d'une loi du Québec.

2- Principales pratiques comptables

Les états financiers sont dressés selon les principes comptables généralement reconnus et comprennent les principales pratiques suivantes :

Stocks

Les stocks sont évalués au moindre du coût ou de la valeur nette de réalisation. La méthode de l'épuisement successif est utilisée dans le calcul du coût.

Immobilisations

L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement constant, sauf l'amortissement du matériel roulant qui est calculé selon la méthode de l'amortissement dégressif. Les taux suivants sont utilisés :

Immeubles	2,5 % et 10 %
Mobilier et machinerie	taux variant entre 2,8 % et 50 %
Matériel roulant	taux variant entre 20 % et 30 %
Améliorations locatives	selon la durée des baux
Pavage et stationnements	8 %

Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition

L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement constant au taux de 2,5 %.

3- Ventes

	1990	1989
	(en milliers de dollars)	
Distributeurs autorisés		
Ventes	**204 527 $**	199 204 $
Escomptes	**29 320**	29 793
	175 207	169 411
Succursales		
Ventes	**876 501**	871 505
	1 051 708 $	1 040 916 $

4- Liquidités

	1990	1989
	(en milliers de dollars)	
Encaisse (découvert bancaire)	(42 825) $	11 238 $
Dépôts à terme	15 200	58 500
	(27 625) $	69 738 $

5- Immobilisations

	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti 1990	1989
	(en milliers de dollars)			
Terrains	5 082 $	— $	5 082 $	6 054 $
Immeubles	18 445	5 104	13 341	11 685
Mobilier et machinerie	55 944	35 354	20 590	22 249
Matériel roulant	3 909	2 309	1 600	1 295
Améliorations locatives	12 630	9 560	3 070	3 651
Pavage et stationnements	1 140	433	707	655
	97 150 $	52 760 $	44 390 $	45 589 $

6- Immeuble loué en vertu d'un contrat de location-acquisition

	Valeur brute	Amortissement cumulé	Valeur non amortie 1990	1989
	(en milliers de dollars)			
Immeuble	16 280 $	5 291 $	10 989 $	11 396 $

7- Obligation découlant d'un contrat de location-acquisition

	1990	1989
	(en milliers de dollars)	
Obligation relative à la location d'un immeuble, remboursable jusqu'au 11 avril 2012 par versements mensuels de 151 658 $ incluant les intérêts calculés à 11 %.	**15 062 $**	15 215 $
Versements échéant au cours du prochain exercice	**172**	153
	14 890 $	15 062 $

Versements des prochains exercices :

	Capital	Intérêts	Total
	(en milliers de dollars)		
1991	172 $	1 648 $	1 820 $
1992	191	1 629	1 820
1993	214	1 606	1 820
1994	238	1 582	1 820
1995	266	1 554	1 820
1996 à 2012	13 981	17 012	30 993
	15 062 $	25 031 $	40 093 $

8- Éventualité

Suite à l'annulation du projet de privatisation de certaines succursales du réseau, la Société des alcools du Québec a été poursuivie par certains soumissionnaires pour forcer l'octroi des contrats de franchisé et/ou demander un montant à titre de dommages et intérêts.

Concernant ces poursuites, si la Société des alcools du Québec avait à rembourser quelque montant que ce soit, ce montant serait alors imputé aux résultats de l'exercice en cours.

9- Régime de retraite

Une évaluation actuarielle du passif résultant des services antérieurs au 31 décembre 1975 a été établie à 88,8 millions de dollars. La Société des alcools du Québec rembourse à la Commission administrative du régime de retraite des fonctionnaires du Québec, ce montant plus les intérêts s'y appliquant, en 23 versements annuels consécutifs de 10,35 millions de dollars chacun, depuis le 31 décembre 1978.

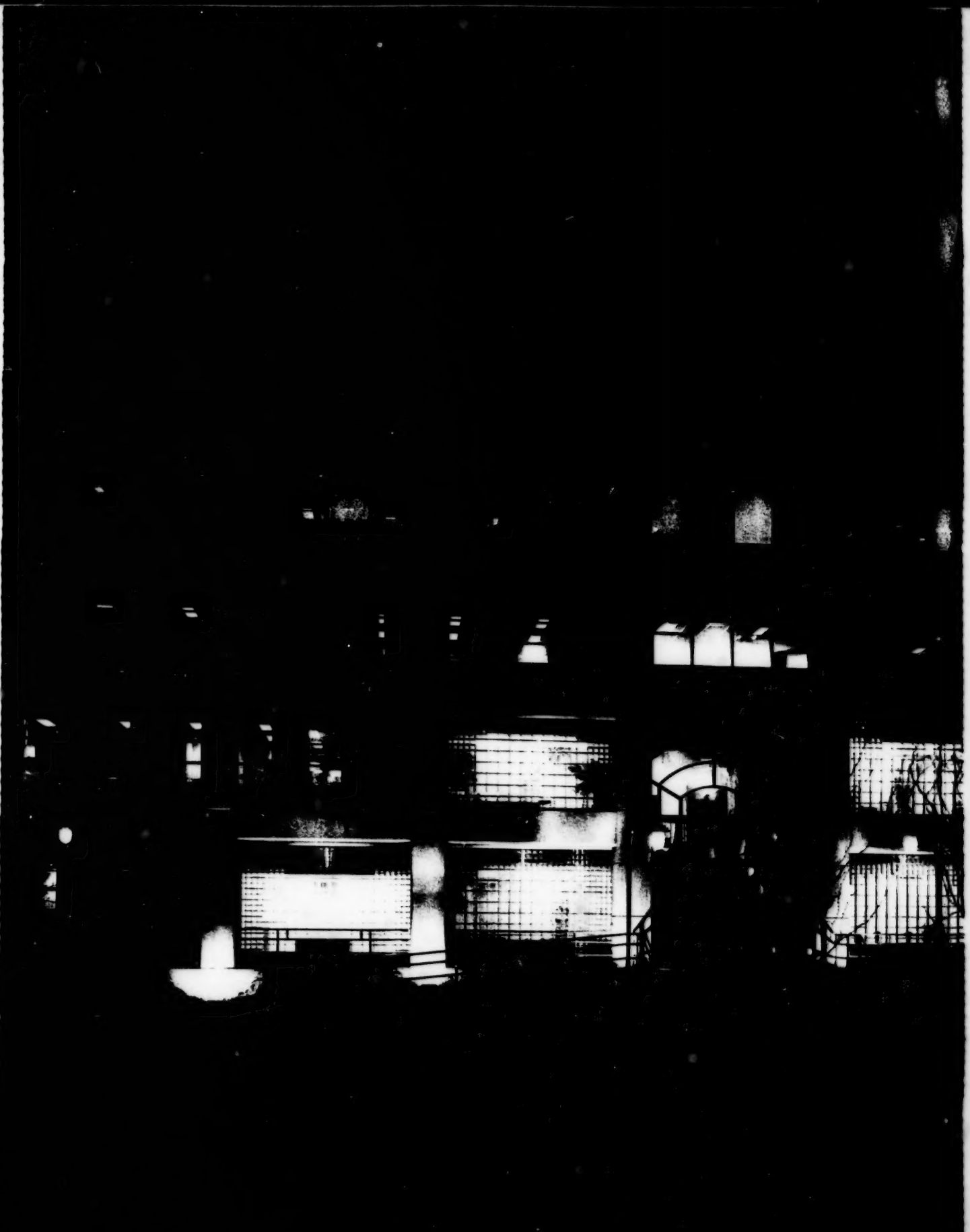
10- Engagements

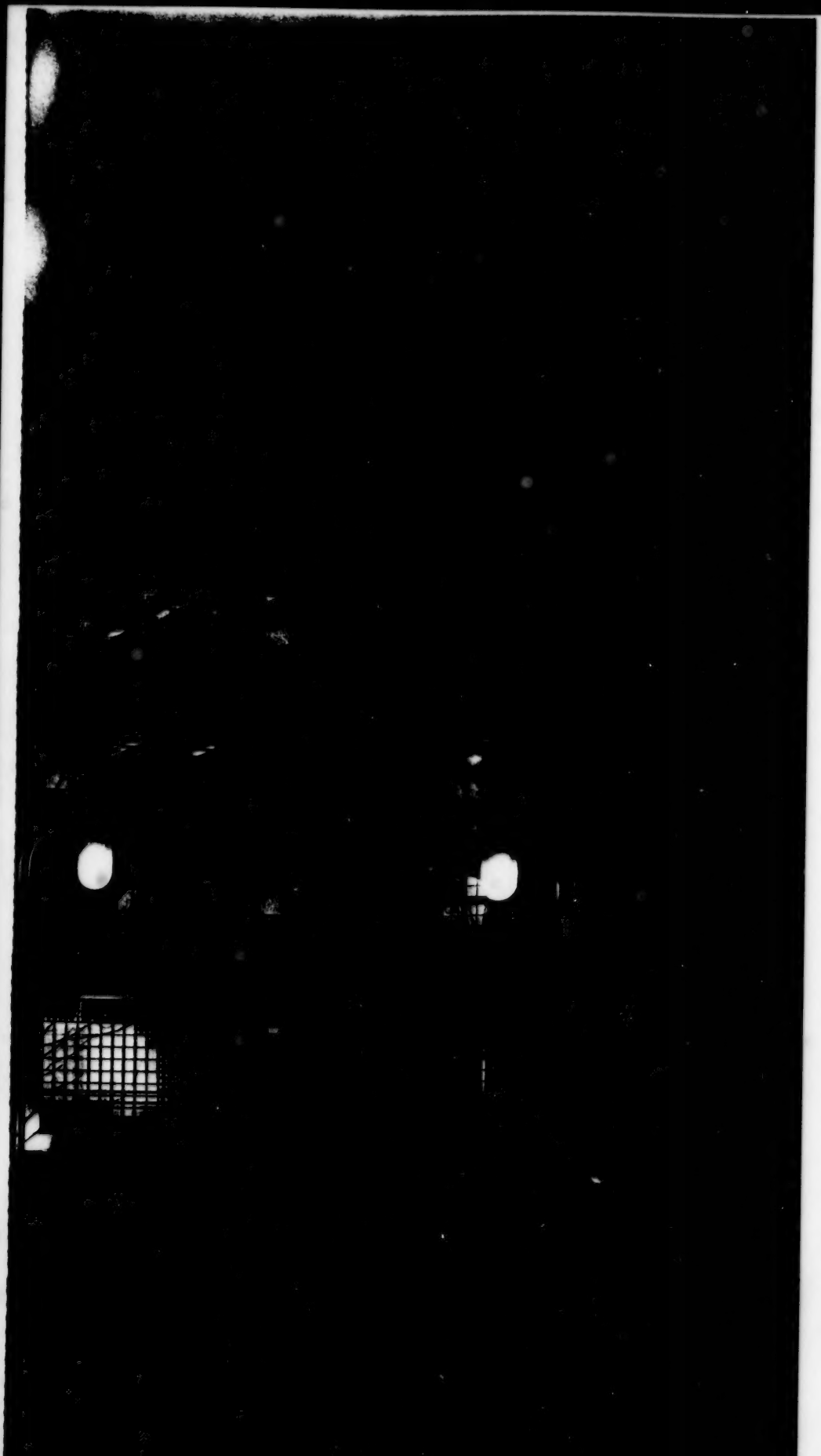
En vertu de contrats de location-exploitation, la Société des alcools du Québec s'est engagée à payer un montant total de 51,4 millions de dollars pour la location de succursales et de certains entrepôts. Les versements des prochains exercices se chiffrent à :

	(en millions de dollars)
1991	12,6 $
1992	10,5 $
1993	8,1 $
1994	6,4 $
1995	4,4 $
1996 à 2004	9,4 $

11- Chiffres comparatifs

Les chiffres de l'exercice précédent couvrent la période de 52 semaines terminé le 25 mars 1989. La présentation de certains postes de l'exercice précédent a été modifiée en fonction de celle de l'exercice courant.





Le Pied-du-Courant : tradition et innovation

La Société des alcools du Québec est une entreprise profondément enracinée dans la réalité québécoise. Elle constitue historiquement un volet important de l'activité socio-économique de notre société. En ce sens, la bâtisse historique nommée *Pied-du-Courant* et qui abrite le siège social de la Société des alcools du Québec est à l'image de l'entreprise : elle allie tradition et innovation.

La récente rénovation de l'édifice témoigne du dynamisme de l'entreprise basé sur les fondements d'un profond respect du patrimoine collectif.

Ces travaux de réfection, entrepris par la Société des alcools du Québec, ont débuté en août 1987 pour prendre fin en 1990. Avec le parachèvement de ces travaux, l'entreprise est maintenant dotée d'un siège social moderne pouvant répondre aux besoins de ses clients et de son personnel, tout en respectant le patrimoine architectural des édifices anciens.

Consciente de la responsabilité qui lui incombe, l'entreprise n'a ménagé aucun effort pour préserver le caractère historique du Pied-du-Courant, à titre de *gardienne du bien culturel*, selon la déclaration du gouvernement du Québec.

De sorte que, après trois ans de travaux, la Société des alcools du Québec est fière de présenter un siège social qui met en valeur l'oeuvre des bâtisseurs du siècle dernier, créant un lien direct avec la pérennité des traditions architecturales du Québec.

Des pierres qui ont toute une histoire

En 1836, le Pied-du-Courant s'élevait en pleine campagne. Le paysage montréalais était alors très différent de ce qu'il est aujourd'hui et cet emplacement avait été retenu pour ériger la prison de Montréal en raisons de son isolement et de l'approvisionnement facile en eau. Le site s'élevait en effet à l'endroit même où la rivière Saint-Martin se jetait dans le fleuve créant un fort courant que l'on appelait le courant Sainte-Marie, d'où son nom *Au Pied-du-Courant*.

Les plans de cette prison sont attribués à George Blaiklock, architecte de Québec, et les travaux de construction ont été réalisés de 1831 à 1836, sous la supervision de l'architecte montréalais John Wells.

À l'origine, le complexe architectural comprenait la prison proprement dite composée d'un corps central, de trois ailes, d'une écurie, de remises et d'un corps de garde. La prison comme telle constitue le premier bâtiment en pierre de taille de Montréal et est considérée comme le plus vieux bâtiment civil de Montréal. Cette pierre présente la couleur grise particulière aux constructions de cette époque à Montréal, comme on peut le constater avec d'autres édifices telle l'église Notre-Dame de Montréal.

La prison des patriotes

Très tôt après l'ouverture de la prison en 1836, le Pied-du-Courant est devenu le siège d'événements importants dans l'histoire du Québec. C'est en effet dans cette institution pénale qu'ont été détenus les rebelles de 1837 ainsi que les insurgés de 1838. Au total, 495 patriotes ont été enfermés à la prison de Montréal après les batailles de Saint-Denis, de Saint-Charles et de Saint-Eustache.

C'est devant le Pied-du-Courant que la population montréalaise a assisté à la pendaison de douze patriotes, condamnés à mort en 1838. Cette exécution a eu lieu sur le terre-plein, près de l'actuel monument des patriotes, devant le portail d'entrée de la prison.

Mais les événements de 1837-1838 causent rapidement un manque d'espace à la prison du Pied-du-Courant. Des modifications sont envisagées et, en 1852, une transformation majeure de l'aile ouest est apportée. Puis, en 1873, le mur d'enceinte est démoli pour permettre l'accès à la rue Craig. C'est à ce moment que le portail est reculé d'environ cinquante pieds, à son emplacement actuel.

Par la suite, en 1894, le nouveau gouverneur de la prison Charles Amédée Vallée obtient l'autorisation de faire construire sa résidence sur le terrain de la prison, d'après les plans de l'architecte Arthur Gendron.

Cependant, la prison de Montréal était dans un état déplorable. Aussi, le gouvernement d'Honoré Mercier décide de mettre un terme à cette situation et de construire une nouvelle prison sur un autre emplacement.

Lorsque la prison de Bordeaux ouvre ses portes en 1912 et accueille les détenus du Pied-du-Courant, le gouvernement cherche alors une nouvelle vocation au bâtiment voué à l'entreposage jusqu'au début des années 20. Avec la création de la Commission des liqueurs de Québec, le Pied-du-Courant allait dorénavant connaître une seconde vie.

Une ère nouvelle à l'intérieur des vieux murs

Lorsqu'en 1921 le gouvernement d'Alexandre Taschereau procède à la création de la Commission des liqueurs de Québec, une solution originale est apportée au problème de la consommation des produits alcooliques en pleine période de prohibition.

La grande innovation de la nouvelle *Loi des liqueurs* est l'étatisation du commerce des boissons alcooliques qui place sans contredit les Québécois au rang de pionniers en cette matière, en Amérique du Nord. Ainsi, le nouvel organisme exerce les fonctions d'importation, de transport, de vente et de surveillance des boissons alcooliques.

Afin de développer sa structure et d'accomplir efficacement ses opérations, la Commission des liqueurs de Québec avait besoin d'un centre d'activités vaste et bien situé, à proximité des réseaux de circulation routière et maritime. L'édifiee du Pied-du-Courant allait fournir ce cadre et ces installations physiques pour que la nouvelle entreprise d'État puisse étendre le rayonnement de ses activités, de son siège social à l'ensemble du territoire québécois.

La nouvelle Commission des liqueurs de Québec s'installe donc dans l'ancienne prison. Sous la direction des architectes John S. Archibald et J. O. Turgeon, elle y entreprend, de 1921 à 1924, la construction d'un complexe industriel autour de l'édifice principal.

Le bâtiment de la prison est d'abord vidé de son contenu et l'aile arrière est démolie pour faire place à un vaste entrepôt. On décide également de raser les toitures pour les remplacer par un nouvel étage en brique.

Aujourd'hui, malgré les nombreuses modifications apportées au fil des ans, l'édifice de la prison conserve intacts ses murs extérieurs. Cependant, les espaces intérieurs ont été utilisés de façons diverses durant ces années, suivant l'évolution rapide de l'entreprise.

En effet, en plus d'installer les bureaux de son centre administratif dans l'ancienne prison, la Commission des liqueurs de Québec y développe l'infrastructure physique pour accommoder ses nombreuses activités industrielles et commerciales.

Ainsi, un entrepôt et un centre de distribution des boissons alcooliques y sont aménagés. De plus, dès 1922, une usine d'embouteillage y est créée de façon à favoriser l'emploi et le développement d'industries locales. Dès 1926, la Commission des liqueurs de Québec embouteille vingt-trois vins différents et trente-neuf spiritueux dans les caves du Pied-du-Courant.

Le contrôle de la qualité ayant été, dès le début, une des priorités de l'entreprise, il ne faut pas se surprendre de voir aménager un laboratoire ultra-moderne dans le corps principal de l'édifice historique. C'est dans ce laboratoire que, de 1924 à 1978, tous les vins et les spiritueux destinés à la consommation des Québécois sont analysés d'après des normes rigoureuses.

Cédant la place à la Régie des alcools du Québec en 1961, la Commission des liqueurs de Québec léguait au nouvel organisme un édifice utilisé dans tous ses moindres recoins.

Durant les dix années de son existence, la Régie des alcools du Québec occupe donc à pleine capacité les espaces de son siège social mais le développement de l'entreprise va rapidement la confronter à un manque d'espace crucial.

Le réaménagement du Pied-du-Courant

Avec la création de la Société des alcools du Québec en 1971, les projets de réaménagement du groupe d'édifices sur le site du Pied-du-Courant se multiplient. Ainsi, en 1977, l'entreprise modernise ses installations en construisant un centre de distribution dans l'Est de Montréal. Les activités de mise en bouteilles, de contrôle de la qualité et de distribution y sont concentrées, libérant ainsi les surfaces de plancher du siège social pour y aménager plus d'espace à bureaux. Dorénavant, le centre administratif de la Société des alcools du Québec occupe seul le Pied-du-Courant.

Toutefois, la désuétude des lieux amène l'entreprise à envisager des travaux majeurs de réaménagement. Le 27 février 1986, le président-directeur général de la Société des alcools du Québec mandate la direction des Immeubles de l'entreprise pour concevoir un projet de réaménagement du Pied-du-Courant. Ce projet est conçu par l'équipe des architectes de l'entreprise et réalisé, sous leur supervision, du mois d'août 1987 au mois de mai 1990.

Le coût total de ces travaux, excluant l'aménagement extérieur et la démolition, s'élève à 5 600 000 $, un montant très modeste compte tenu de l'ampleur des travaux, du caractère historique des édifices et de la superficie à rénover, soit 140 000 pieds carrés.

Mise en valeur du patrimoine architectural

La planification minutieuse de la réfection du Pied-du-Courant s'est faite en concertation étroite avec le ministère des Affaires culturelles du gouvernement du Québec. En effet, la modernisation du siège social de la Société des alcools du Québec s'est effectuée dans le respect le plus complet du patrimoine architectural.

En remettant en valeur l'ancienne prison de Montréal et la Maison du gouverneur et en intégrant au site le monument des patriotes, les travaux sont venus souligner la beauté architecturale des édifices classés monuments historiques depuis 1976. En épurant le site, d'heureuses perspectives architecturales sont révélées sous tous les angles.

Le nouveau siège social offre dorénavant trois façades distinctes, différentes les unes des autres et pourtant parfaitement intégrées dans un ensemble cohérent et harmonieux.

Quant aux rénovations intérieures, le projet a permis de réaménager les divers services du siège social en fonction des bâtiments existants, tout en maintenant les employés en place durant toute la durée des travaux. À chaque étape de transformation des espaces, on a réussi à regrouper de façon fonctionnelle tous les services concernés, selon les unités de chaque secteur de l'entreprise. Des améliorations majeures ont aussi été apportées aux systèmes de chauffage et de climatisation, à la fenestration et à la maçonnerie.

De plus, il était important d'aménager l'emplacement extérieur de façon très sobre de manière à conserver l'austérité du site original. Cette réalisation s'accompagne d'un aménagement paysager qui complète bien la mise en valeur des lieux par l'ajout d'arbres, de talus, de fleurs, d'un éclairage adéquat et de quelques bancs.

En somme, la revalorisation de ce patrimoine architectural s'inscrit dans un souci de mise en valeur des bâtiments historiques associés de près à l'évolution de notre société. Car le site du Pied-du-Courant témoigne à la fois de l'histoire du Québec, de l'urbanisation progressive de Montréal et du développement du commerce des boissons alcooliques au Québec.

La direction de la Société des alcools du Québec et tous ses employés partagent la fierté d'avoir contribué à protéger et à mettre en valeur une part importante de l'héritage culturel des Québécois.

Membres de la direction

Jocelyn Tremblay
Président-directeur général
Denise Bilodeau
Secrétaire générale
Raymond Corriveau
Adjoint au président et
Vice-président
Production
Claude Hill
Vice-président
Distribution et ingénierie
Claude-J. Marier
Vice-président
Affaires publiques et
services administratifs
Gérald Plouffe
Vice-président
Finances et systèmes
d'information
Donald Villeneuve
Vice-président
Ressources humaines
Huong Q. Vu
Vice-président
Ventes et mise en marché

Note : Dans ce rapport annuel, le genre masculin est utilisé dans le but d'alléger le texte. Il inclut le genre féminin de façon non discriminatoire chaque fois qu'il désigne des personnes.

Imprimé au Québec
Dépôt légal - 2e trimestre 1990
ISBN 2-9801788-2-9

L'illustration de la page couverture de ce document représente, en avant-plan, les nouvelles lignes architecturales de l'entrée principale du Pied-du-Courant. À l'arrière-plan, le regard s'étend sur un vignoble qui symbolise l'abondante variété de produits sélectionnés avec soin par la Société des alcools du Québec, dans tous les grands pays producteurs de vins.